

## 2.0 integral dentro y fuera de la *Biblioteca Nacional de España*

Por **Glòria Pérez-Salmerón**

**Pérez-Salmerón, Glòria.** "2.0 integral dentro y fuera de la *Biblioteca Nacional de España*".  
*Anuario ThinkEPI*, 2011, v. 5, pp. 11-12.



Desde la creación de su página en *Facebook*, la *Biblioteca Nacional de España* ha ido creando un entorno 2.0 caracterizado por la apertura de canales institucionales en diversas redes sociales, como *YouTube* o *Flickr*, amén de otras iniciativas como la publicación de un blog corporativo o la incorporación de funcionalidades 2.0 a la *Biblioteca Digital Hispánica*. A esto se añaden otras iniciativas en marcha, como la apertura de un canal en *SlideShare* o la inminente presencia en *Twitter*.

Pero esto es sólo el comienzo. Crear un entorno 2.0 como éste, supone partir de una línea estratégica vital para la *Biblioteca Nacional de España*, como es la de afianzar el liderazgo de la institución en la conservación y difusión del patrimonio bibliográfico y documental español.

En este sentido, la gestión adecuada de la reputación digital significa administrar la responsabilidad que tiene la institución para con sus comunicaciones: no sólo es estar ahí, presente en las redes, pues es nuestra tarjeta de presentación ante una sociedad cambiante y en continua evolución como la actual, sino vertebrar nuestra presencia en todos los canales, así como nuestra conversación en el entorno 2.0, porque un *tweet* o una nota en *Facebook* representan a la institución. Además, implica disponer de herramientas de observación para saber qué se dice de nuestra marca, pues, como dijo **Javier Celaya** en el *Encuentro sobre redes sociales en los museos y centros de arte contemporáneo*<sup>1</sup>, un tercio de las conversaciones sobre nosotros en el mundo digital es lo que uno dice de sí mismo y dos tercios, lo que dicen de nosotros.

Finalmente y no menos importante, la creación y administración del entorno 2.0 de la *Biblioteca Nacional de España* tiene dos vertientes: una hacia el exterior, como ya hemos comentado; y otra hacia el interior de la organización, pues no se puede iniciar un planteamiento de vertebración de nuestra presencia en las redes sociales sin antes revisar la estructura de la organización; no es posible mantener una comunicación horizontal con el usuario y una vertical con el empleado.

---

**"No es posible mantener una comunicación horizontal con el usuario y una vertical con el empleado"**

---

De este punto de vista es desde donde nace el proyecto de intranet 2.0 en el que estamos trabajando. Su principal objetivo es desplazar su foco de atención desde el contenido o el documento hacia el empleado, el principal activo de la institución. Los profesionales son cruciales para innovar en los servicios y productos que se prestan a través de los nuevos canales. Y aquí se da una evolución natural, del empleado tradicional al empleado 2.0, porque en la medida en que la institución se hace presente en el entorno 2.0, necesita de sus activos para mantener ese *continuum* de conversación en las redes y para innovar en los productos y servicios que se ofrecen en ellas.

La evolución hacia la intranet 2.0 implica, por tanto, no sólo incorporar elementos tan de actualidad como las aplicaciones de colaboración, sino utilizar la inteligencia colectiva para gestionar el conocimiento de la organización, así como potenciar el aprendizaje entre las aportaciones de unos



<http://www.facebook.com/bne>

y otros empleados, reconocer a los *knowledge workers* y animarles a usar su *expertise* y habilidades dentro de la organización, para sacar el mejor rendimiento a los servicios que prestamos, innovándolos en el entorno 2.0 de la *Biblioteca Nacional de España*.

De ahí que la intranet 2.0 de la *BNE* se convierte en una herramienta indispensable para la gestión y difusión del conocimiento corporativo, pues debe permitir a los empleados un alto grado de participación e interacción con el sistema y con el resto de empleados. El objetivo es crear diálogo entre las personas que están unidas por la misma institución, a través de redes sociales internas que les acerquen entre sí y les empujen a compartir

ideas. Y esto, en definitiva, es lo que permitirá seguir construyendo una *Biblioteca Nacional 2.0* cada vez más cercana a la ciudadanía.

#### Nota

1. Encuentro sobre *Redes Sociales en los museos y centros de arte contemporáneo*. Musac (Museo de Arte Contemporáneo de Castilla y León), 1 de abril de 2011. Vía @JulianMarquina <01/04/11, 13:38>

**Glòria Pérez-Salmerón**

Directora de la *Biblioteca Nacional de España*  
[directora@bne.es](mailto:directora@bne.es)